



**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

CURSO ACADÉMICO

2018-2019

TRABAJO FIN DE GRADO

MENCIÓN EN MARKETING

**ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA
INDUSTRIAS ALIMENTARIAS. ESTUDIO
SOBRE LA CARPA**

**MARKETING STRATEGIES FOR FOOD
INDUSTRIES. STUDY OF THE CARP**

AUTOR/A

ECATERINA SERBUL

DIRECTOR/A

JOSÉ MANUEL FERNÁNDEZ POLANCO

FECHA

JUNIO 2019

ÍNDICE

RESUMEN

ABSTRACT

1. SITUACIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA DE LA CARPA

1.1. INTRODUCCIÓN

1.2. PRODUCCIÓN MUNDIAL DE LA CARPA

1.2.1. Producción de carpa por regiones

1.3. INDUSTRIA DE LA CARPA EN LA UNIÓN EUROPEA (UE)

1.4. ACUICULTURA DE LA CARPA EN LA UE

2. MERCADO Y CONSUMO

2.1. REPÚBLICA CHECA

2.2. ALEMANIA

2.3. HUNGRÍA

2.4. POLONIA

2.5. EVOLUCIÓN DE PRECIOS DE LA CARPA

3. VARIABLES DE MARKETING EN EL MERCADO DE CARPA

3.1. DISTRIBUCIÓN

3.2. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

3.3. PRODUCTO

3.4. EJEMPLO: DNI KARPIA

4. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

5. BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

El objetivo de este proyecto es conocer mejor la industria de la carpa común, y su principal herramienta de cultivo que es la acuicultura. Explicaremos la situación actual de la acuicultura tanto de manera global como continental, centrándonos en datos estadísticos tanto económicos como financieros reflejados en tablas y gráficos. Observaremos cuáles son los principales productores y su diferente manera de producir, consumir y promocionar dicho pez.

El principal productor mundial de la carpa es China y han criado este pez por más de 2.000 años. El hito histórico lo marca la publicación del primer texto conocido sobre técnicas de cultivo de carpa común, obra del funcionario Fan Li que data sobre el año 475 a.C. y que constituye el primer paso hacia la etapa científica de la acuicultura.

La otra gran civilización antigua que ofrece datos sobre el desarrollo de la acuicultura y la diversificación a otras especies diferentes de la carpa es Egipto donde, la mayoría de la información se deriva de la interpretación de frescos y jeroglíficos.

También analizaremos detenidamente el sector acuícola de la Unión Europea para después centrarnos en los mayores productores europeos repasando y detallando cada país y analizando datos para estudiar parámetros tales como exportaciones, importaciones, consumo y producción de la carpa. Cabe matizar que la producción de la carpa común en la Unión Europea se centra mayoritariamente en el mercado nacional y regional, ya que dicho pescado es un producto muy tradicional que se consume en fechas festivas tales como la Navidad.

Terminaremos este trabajo analizando las diferentes soluciones para hacer crecer la demanda y consumo de la carpa en temporadas bajas utilizando políticas de precios para desestacionalizar la demanda de este producto y proponiendo varios métodos de promoción como denominación de origen o venta en grandes superficies.

ABSTRACT

The objective of this project is to learn more about the common carp industry, and its main farming tool, aquaculture. We will explain the current situation of aquaculture both globally and continentally, focusing on both economic and financial statistical data reflected in tables and graphs. We will observe which are the main producers and their different way of producing, consuming and promoting said fish.

The main world producer of carp is China and they have raised this fish for more than 2,000 years. The historic milestone is marked by the publication of the first known text on common carp culture techniques, the work of the official Fan Li dating from around 475 BC. and that constitutes the first step towards the scientific stage of aquaculture.

The other great ancient civilization that offers data on the development of aquaculture and diversification to other species other than carp is Egypt where, most of the information is derived from the interpretation of frescoes and hieroglyphics.

We will also analyze the aquaculture sector of the European Union carefully and then focus on the largest European producers reviewing and detailing each country and analyzing data to study parameters such as exports, imports, consumption and production of carp. It should be noted that the production of common carp in the European Union is mainly focused on the national and regional market, since such fish is a very traditional product that is consumed on festive dates such as Christmas.

We will finish this work analyzing the different solutions to grow the demand and consumption of the carp in low seasons using price policies to deseasonalize the demand of this product and proposing several promotion methods such as denomination of origin or sale in large areas.

1. SITUACIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA DE LA CARPA

1.1 INTRODUCCIÓN

La carpa o carpa común es de la familia de los Cyprinidae y de la especie *Cyprinus carpio*. Se originó en el continente de Asia y Europa. Es un pez de agua dulce que posee un cuerpo alargado, comprimido en los laterales y con grandes escamas que cubren todo su cuerpo. Es una especie típica de los tramos inferiores de los ríos caudalosos, así como de embalses y lagos. Procedente de Extremo Oriente, se extiende de forma natural desde el oeste de Europa hasta China y desde Siberia hasta el mediterráneo y la India. Es seguramente uno de los peces más extendidos por la acción del hombre.



Fuente: DepositPhotos

Las carpas han sido criadas en China por más de 2.000 años, donde fueron mantenidas en estanques sin drenaje. Pero el hito histórico lo marca la publicación del primer texto conocido sobre técnicas de cultivo de carpa común, obra del funcionario Fan Li (475 a.C.) y que constituye el primer paso hacia la etapa científica de la acuicultura.

Se dice que fue introducida en Europa en tiempo de los romanos y fue un alimento muy consumido durante el ayuno de cuaresma en la Edad Media. Carlomagno (768-814 d.C.) ordenó construir estanques de almacenamiento para atenuar la demanda de carne en periodos de escasez y más tarde en lagunas de peces construidas por los monasterios cristianos. Las carpas se mantenían en monocultivo donde los individuos más grandes eran seleccionados como reproductores. Desde el siglo XII hasta mitad del siglo XIV d.C. había tenido lugar una selección artificial no intencional, que significó los primeros pasos hacia la domesticación.

A finales de 1991, un grupo de arqueólogos que se hallaba inspeccionando el viejo lecho del Sena, al este de París, descubrieron junto a embarcaciones y utensilios de sílex, fósiles de carpas que datan de más de 6.000 años a.C.

La carpa se encuentra hoy en día casi en todo el mundo (China, Japón, Estados Unidos, Australia, Europa y en los países escandinavos) cuya oferta procede prácticamente solo de granjas. En España, no existe ninguna región donde la carpa no esté presente. Aún se puede apreciar las obras de canalización que se realizaron, así como constatar los cultivos de carpa a gran escala que todavía se realizan y que alcanzan su punto álgido en la época de Navidad.

Granja de carpas en Rumania

Fuente: DUCAMAR Spain S.L.

1.2 PRODUCCIÓN MUNDIAL DE LA CARPA

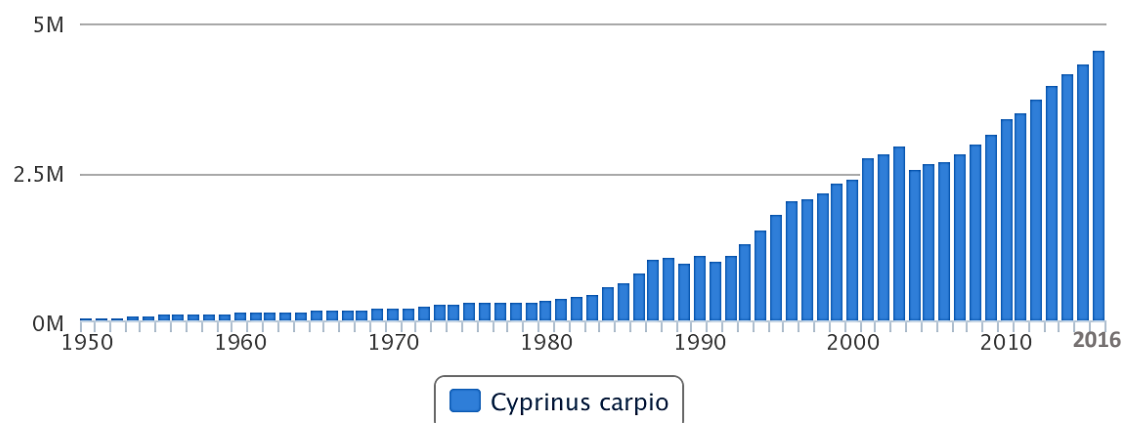
La producción mundial de carpa aumentó de 13.515 toneladas en 2008 a 19.370 toneladas en 2016. Este volumen supone cerca del 19% del total de la producción global de acuicultura de agua dulce en 2016 (4.556.627 toneladas). A nivel mundial, los principales productores son China, Bangladesh y Rusia que cubren el 93%, 2% y 0,6%, respectivamente, del volumen producido en 2016. Los tres países líderes produjeron más del 95% del volumen global. (FAO, 2018). La producción de los países de Europa del Este en ese mismo año supone cerca del 4,5% del volumen mundial de producción.

Hubo una reducción substancial en 2002 de la producción de la carpa comparando los datos con 1990 debido a cambios que sufrió Europa del este. Sin embargo, la producción europea parece estar aumentando gradualmente de nuevo, notándose una subida de la producción a partir de 2008.

De acuerdo con los datos de FAO, el precio unitario promedio global de carpa común cultivada ha disminuido desde 1,43 \$/kg en 1993 a 0,92 \$/kg en 2002. Sin embargo, esto puede ser debido principalmente a una caída en el valor del yuan durante este período en China, donde tiene lugar una gran proporción de la producción.

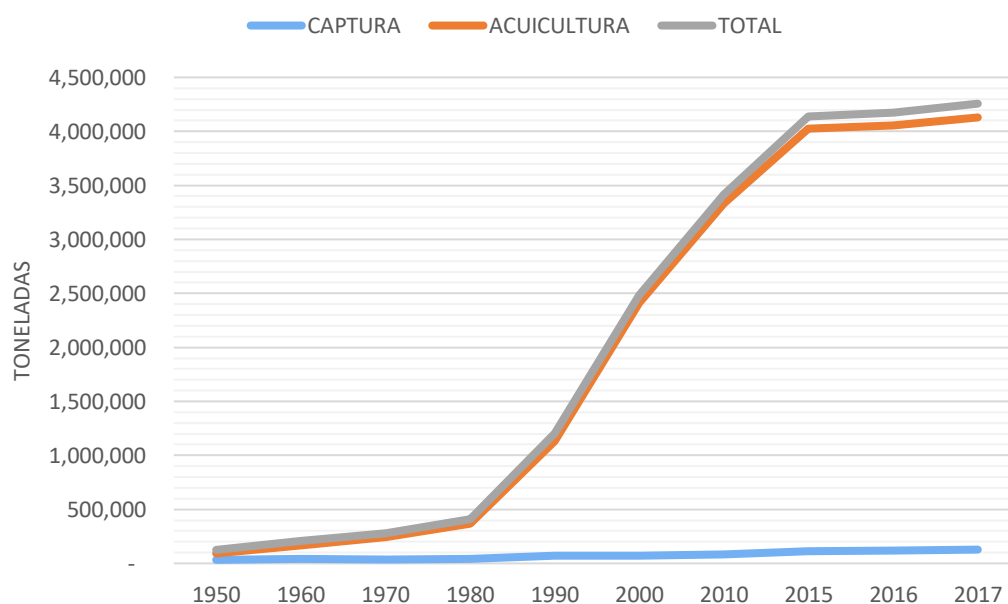
GRÁFICO 1.1.1 PRODUCCIÓN ACUÍCOLA MUNDIAL DE CARPA COMÚN**Producción acuícola mundial (toneladas)**

Fuente: FAO FishStat



Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)

El suministro mundial de la carpa común ha ido incrementando progresivamente en los últimos años, pasando de 124.947 toneladas en 1950 a 4.256.536,17 toneladas en 2017. La causa principal de este aumento es debido al papel tan relevante que supuso la acuicultura para la carpa desde el inicio de los tiempos. En el Gráfico 1.1.2., podemos observar que ha pasado de 92.616 toneladas en 1950 a 4.129.100,17 toneladas en 2017, suponiendo más del 97% de la oferta total de carpa, casi el total.

GRÁFICO 1.1.2 INCREMENTO DEL SUMINISTRO MUNDIAL DE LA CARPA DESDE EL AÑO 1950 AL 2017

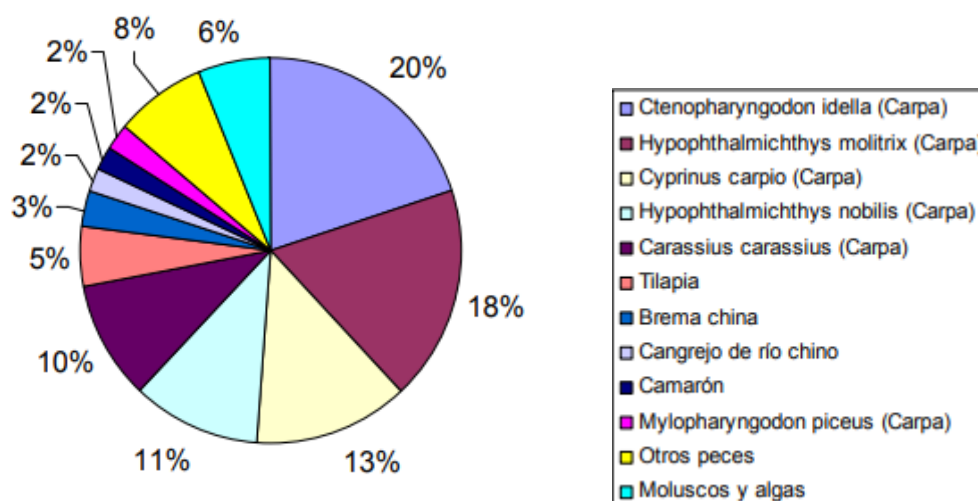
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la FAO – Fishstat

1.2.1. Producción de carpa por regiones

China produce más de un tercio del pescado consumido en el mundo, con 62,5 millones de toneladas en 2016, y si tomamos únicamente en cuenta la producción de la acuicultura, el gigante asiático produce dos tercios de los productos acuáticos consumidos alrededor del mundo. El sector pesquero y acuícola en China ha experimentado un crecimiento espectacular en las últimas décadas, habiéndose incrementado la producción pesquera en más de 13 veces desde la apertura de la economía en 1978, con una tasa de crecimiento del 7,6% anual. Este crecimiento ha estado impulsado por el rápido aumento de la demanda de productos pesqueros y por el apoyo por parte de las políticas gubernamentales. (ICEX, 2017)

GRÁFICO 1.2.1.1 EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS DE LA PESCA EN CHINA

Principales especies producidas por la acuicultura de agua dulce en China



Fuente: FAO Panorama del sector pesquero nacional (NFSO)

En el gráfico 1.2.1.1 podemos observar las diferentes reparticiones que tiene la carpa dentro del mercado de productos pesqueros que se producen en China. Los diferentes tipos de carpa representan un 72% de la acuicultura de agua dulce, un 46% de la acuicultura total y un 29% de toda la producción de productos de la pesca.

Asimismo, de la manera que hoy en día China es el mayor productor de carpa con 3 millones de toneladas, a principios de 1950, según datos extraídos del Fishstat, el mayor productor de Asia fue Indonesia y que hoy en día es el segundo mayor productor contando con 545.800 toneladas.

Siguiendo con los continentes, en América no se empezó a producir carpa hasta 1955 en México y aún en 2017, sigue siendo el país que más produce contando con 3.000 toneladas, seguido de Cuba que cuenta con 1.800 toneladas.

En África, ya desde 1950, Egipto se corona como el mayor productor de carpa contando con 1.300 toneladas aproximadamente, siendo en 2017 de unas 45.000 toneladas de carpa.

Por último, en Europa se observan varias diferenciaciones. Inicialmente, entre los mayores productores se encontraban Rumania con 5.000 toneladas aproximadamente, seguido de Alemania con 4.000 y continuando con República de Yugoslavia y Checoslovaquia. Aunque en 2017 se puede observar que Rusia es la que lidera, contando con una producción de 65.000 toneladas. Chequia y Polonia le siguen muy por debajo con unas 18.000 toneladas.

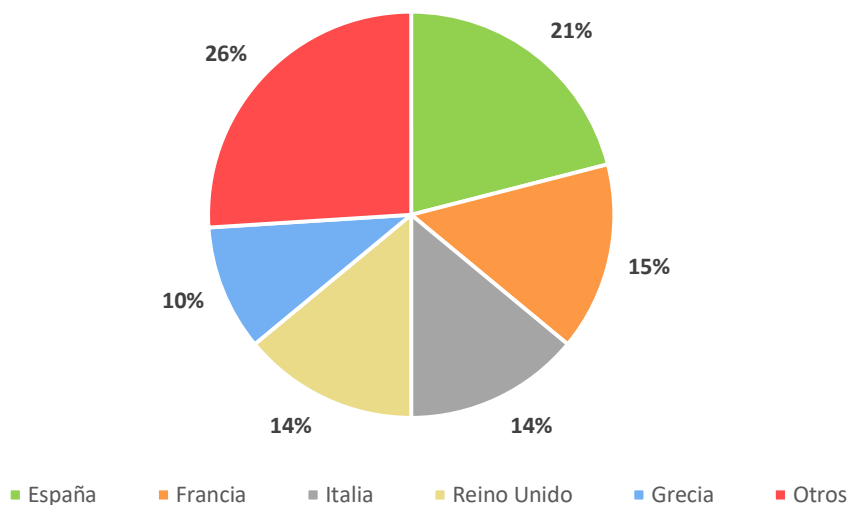
Por lo tanto, en resumidas cuentas, en América y mucho menos en Oceanía, prácticamente no hay mercado de carpa. África se defiende gracias a Egipto, todo ello debido a que Egipto es la otra gran civilización antigua, a parte de China, que ofrece datos sobre el desarrollo de la acuicultura y la diversificación a otras especies diferentes de la carpa; la mayoría de esta información se deriva de la interpretación de frescos y jeroglíficos.

En Asia, China es la que produce más carpa, aunque disponen de muchas más especies a parte de esta, además siendo una especie que se exporta muy poco. Dentro de Europa el mercado de la carpa se centraría en Europa Oriental y Central, habiendo movimiento de carpa, aunque de una manera mucho más regional que lo veremos en más detalle cuando tratemos el tema de las exportaciones e importaciones.

1.3 INDUSTRIA DE LA CARPA EN LA UNIÓN EUROPEA (UE)

En general, el rendimiento del sector acuícola está mejorando. El sector acuícola de la Unión Europea alcanzó 1,4 millones de toneladas en volumen de ventas y 4,9 mil millones de euros en valor de ventas en 2016. Esto corresponde a un aumento del 6% en el volumen de ventas y del 8% en el valor de ventas en comparación con 2014. Este desarrollo económico positivo se observa en los tres subsegmentos: peces marinos, peces de agua dulce y mariscos, que proporcionan un crecimiento económico positivo y generan beneficios positivos. La producción acuícola de la UE es muy concentrada; España es el mayor productor de acuicultura en la UE que cubre el 21% del volumen de producción, seguido de Francia (15%), Reino Unido e Italia (ambos con un 14%) y Grecia (con un 10%). Estos cinco países representan el 74% del volumen total de la producción acuícola de la UE (Gráfica 1.3.1).

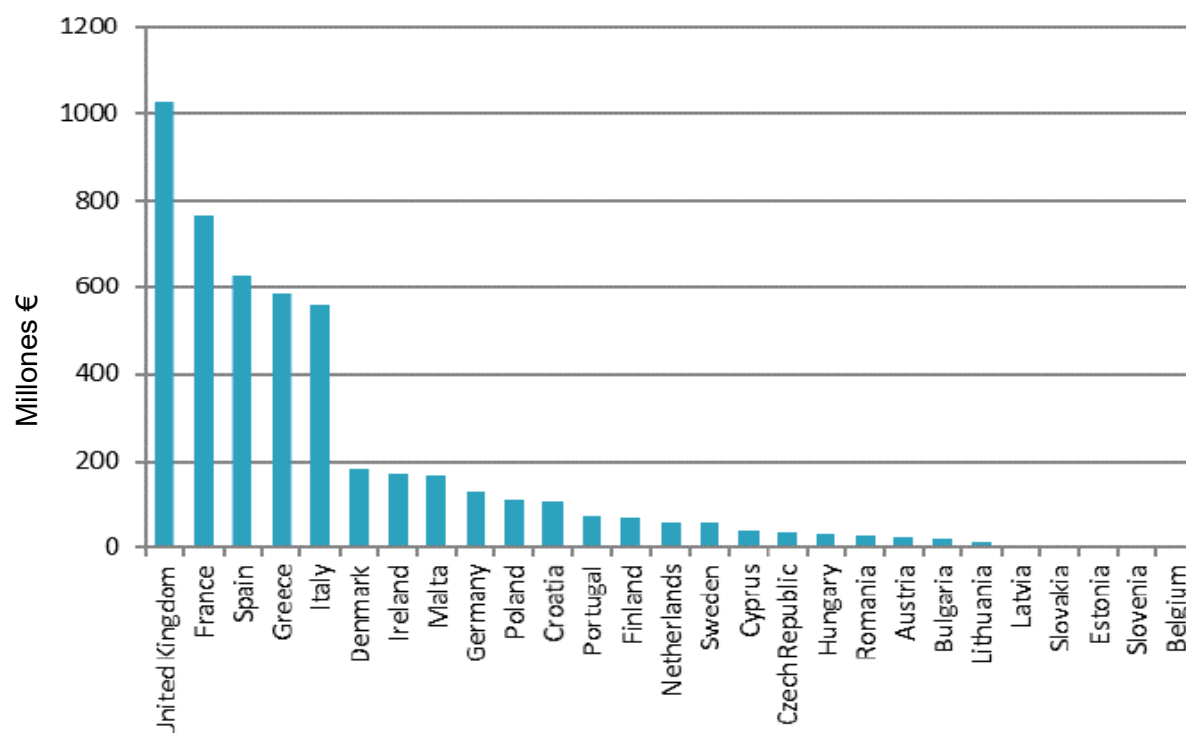
GRÁFICA 1.3.1 PRODUCCIÓN DE ACUICULTURA EN ESTADOS MIEMBROS DE LA UE EN TÉRMINOS DE VOLUMEN: 2016.



Fuente: STECF 18-19

En términos de valor, Reino Unido es el mayor contribuyente en la UE con el 21% del total, seguido de Francia (16%), España (13%), Grecia (12%) e Italia (11%). Estos cinco países combinan el 73% del valor total de la acuicultura de la UE (Gráfica 1.3.2).

Cabe señalar que, aunque España tiene el mayor volumen de producción de acuicultura (21%), solo es el tercero en valor (13%). Esto se debe al bajo valor de mercado de los mejillones, que representó el 74% del volumen de producción de la acuicultura española, pero solo el 13% del valor de las ventas.

GRÁFICA 1.3.2: PRODUCCIÓN DE ACUICULTURA EN ESTADOS MIEMBROS DE LA UE EN TÉRMINOS DE VALOR: 2016.

Fuente: STECF 18-19

El número de empleados en la UE se estimó en 75.300 en 2016. Esto es un poco más bajo que el número estimado de empleados que se predijo alrededor de unos 80 mil. El número de empleados a tiempo completo se estimó en 43.680, lo que podría indicar una tendencia hacia una mayor especialización y menos empleo a tiempo parcial en el sector. Sin embargo, el uso de mano de obra a tiempo parcial todavía contribuye significativamente a la fuerza laboral en el sector de la acuicultura europea. El salario promedio anual fue de 25.000€, lo que corresponde a un aumento del 7% en comparación con 2014.

La rentabilidad para el sector de la acuicultura de la UE fue positiva en 2016 y ha aumentado con respecto a años anteriores. El Valor Agregado Bruto aumentó un 29% y el beneficio antes de intereses e impuestos (BAIT) se duplicó. La productividad laboral aumentó en un 20%. Además, todos los demás indicadores económicos también aumentaron de 2014 a 2016. (STECF 2018-19)

El aumento de la oferta propia de la UE de productos del mar, la acuicultura parece ser la opción más obvia, ya que la oferta de la pesca se ha estancado desde finales de los años noventa. Sin embargo, la producción acuícola de la UE también se ha estancado y actualmente el crecimiento de la producción mundial está dominado por países asiáticos que cubren alrededor del 90% del volumen de producción mundial. En contraste, la contribución de la UE a la producción acuícola mundial ha disminuido significativamente a lo largo del tiempo en términos de volumen y valor, representando solo el 1,2% y el 1,9% de la producción mundial en 2016. Una condición previa para hacer avanzar al sector acuícola europeo es establecer y aumentar el conocimiento de la producción acuícola existente. (FAO 2018)

1.4 ACUICULTURA DE LA CARPA EN LA UNIÓN EUROPEA

Ubicamos la carpa dentro del sector de agua dulce, que facturó un total de 1.028 millones de euros en 2016. Dentro de este segmento, la carpa común es la segunda especie más importante con un volumen y valor de 25% y 18%, respectivamente.

GRÁFICA 1.4.1: ESPECIES PRINCIPALES, PRODUCIDAS EN LOS ESTADOS MIEMBROS DE LA UE: 2018.



Fuente: STECF 18-19

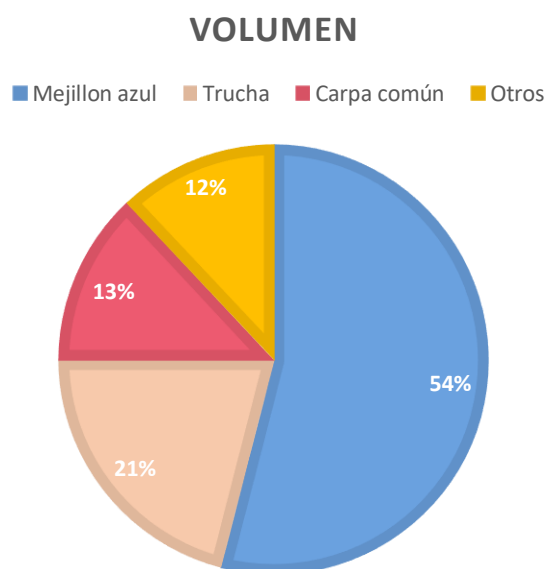
La producción europea de carpa común aumentó de unas 74.000 toneladas valoradas en 154 millones de euros en 2008 a 85.000 toneladas valoradas en 176 millones de euros en 2016. Los principales productores dentro de la UE son Polonia, República Checa y Hungría, que producen el 23,5%, 23% y 14% del volumen total en 2016, respectivamente. En los tres países combinados, Polonia, República Checa y Hungría produjeron el 60% del volumen total y el 63% del valor total en 2016.

Varias especies de carpa se producen en la UE. Las principales especies producidas por peso en 2016 son la carpa común (*Cyprinus carpio*), la carpa cabezona (*Hypophthalmichthys nobilis*), la carpa china (*Ctenopharyngodon idellus*), la carpa plateada (*Hypophthalmichthys molitrix*), y el carpín (*Carassius carassius*).

La producción acuícola total en República Checa fue de 21.000 toneladas en 2016, y mantiene los niveles de producción alrededor de 20.000 toneladas durante el período 2008-2015. En cambio, el valor de la producción fue alrededor de 47 millones de euros, mostrando una tendencia creciente, lo que indica un aumento en los precios. Las importaciones desde dentro y fuera de la UE han contribuido a un aumento de la oferta de pescado en los últimos años. Con la excepción de República Checa, la producción de carpa común de la Unión Europea se produce para los mercados nacionales.

El sector de la acuicultura alemana es pequeño y muy diverso al mismo tiempo. El sector se caracteriza por pequeñas empresas familiares, alrededor de unas 3.300 granjas. La mayoría de las granjas de agua dulce son pequeñas. Solo el 14% de las fincas (2015) producen más de 5 toneladas por año. La carpa y los salmónidos juntos tienen una participación mayor del 80% del volumen total de la producción de peces de agua dulce. La estructura campesina del sector conduce a bajas inversiones, lo que dificulta la industrialización y la maximización de las ganancias. Por otro lado, asegura una situación de producción más o menos estable. La producción de carpa se encuentra principalmente en Baviera, Sajonia y Brandeburgo que proporcionan más del 80% de la producción total de carpa alemana. Si bien hay granjas más grandes en Sajonia y Brandeburgo, la producción de carpa bávara se caracteriza por la agricultura campesina como negocio adicional. Casi todos los sistemas de producción de carpa son sistemas de estanques de tierra almacenados en policultivos.

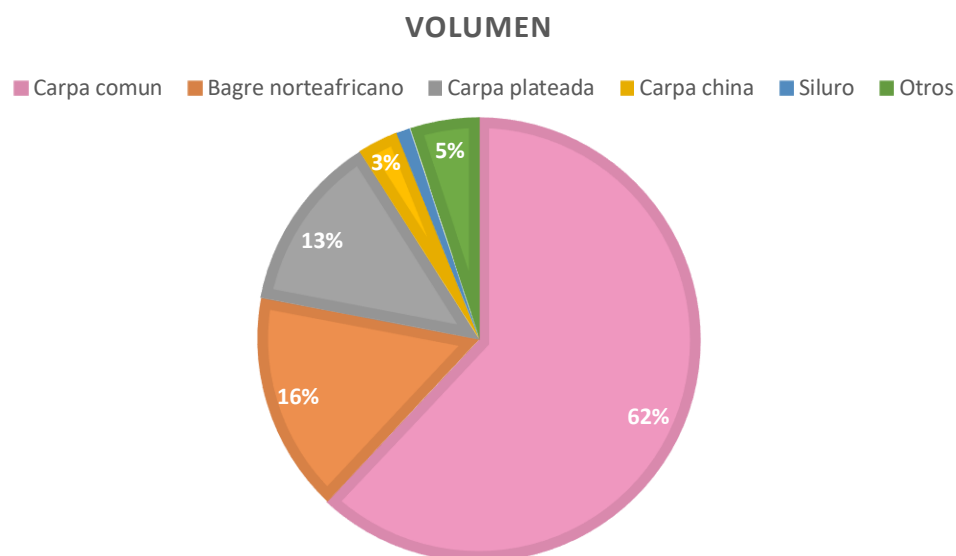
GRÁFICA 1.4.2: PARTICIPACIÓN EN VOLUMEN (TOTAL DE 41.000 TONELADAS) POR ESPECIE DEL SECTOR ACUÍCOLA ALEMÁN EN 2016.



Fuente: EUROSTAT

Hungría es un país sin salida al mar que produce solo productos de acuicultura de agua dulce. El sector de la acuicultura húngara produjo 17.300 toneladas de pescado en 2015. Esta producción se valió en alrededor de 30.6 millones de euros (EUROSTAT, 2018). Según las estadísticas disponibles, la carpa común fue la principal especie producida por el sector de la acuicultura húngara, representando el 62% en términos de peso y valor de la producción total en 2015. Debido a la depreciación del precio, a pesar del 4% de crecimiento en peso de 2014 a 2015, el valor de la producción ha disminuido en un 6%. La carpa plateada representa el 6% del valor de producción y el 13% en volumen, y registró un aumento del 51% en volumen y del 48% en valor en 2015.

GRÁFICA 1.4.3: PRINCIPALES ESPECIES EN TÉRMINOS DE VOLUMEN EN LA PRODUCCIÓN HÚNGARA: 2015.



Fuente: EUROSTAT

La acuicultura en Polonia es parte del sector de la pesca continental y consiste exclusivamente en la cría y cultivo de peces de agua dulce, principalmente carpa y trucha. Polonia es el principal mercado europeo para la carpa viva, con un consumo de más de 21.000 toneladas y las importaciones alcanzan los 5,6 millones de euros, de los cuales el 96% son carpas vivas. Las granjas de carpas produjeron alrededor de 5.200 toneladas de volumen en 2016 más sus especies secundarias tradicionales, principalmente esturión, tenca, perca, pez gato entre otros, y son aproximadamente el 10% de la producción total de carpa. En total, los segmentos de nicho tienen una participación inferior al 20% de la producción total alemana. Solo hubo ligeros cambios para la carpa, causados entre otros factores por una grave sequía en las regiones productoras de carpa en Baviera en 2015. Las ventas para la producción total de carpa se estimaron aproximadamente en 77 millones de euros en 2016. Entre otras cosas, la disminución en el valor de las especies de agua dulce fue causada por la disminución de los precios de la trucha y la carpa en 2016. En total, el valor del sector fue de aproximadamente 118,5 millones de euros en 2016.

El número total de personas empleadas en el sector fue de 6.344 y disminuyó un 12% en comparación con 2015. En la producción había 5.133 empleados en total, de los cuales 3.349 estaban empleados de forma fija, mientras que 1.784 eran temporales. El sector es operado por personal profesionalmente capacitado ya que existe un sistema educativo bien desarrollado para la pesca y la acuicultura.

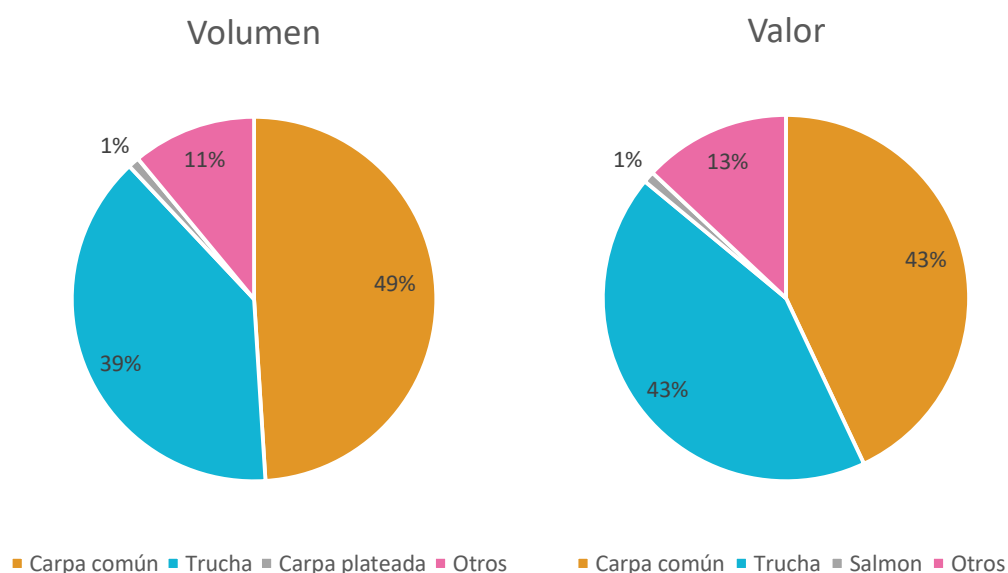
El sector más importante es la producción de carpa. En 2016, la carpa común representó el 49% del volumen total de producción y el 43% del valor total (Gráfica 1.4.4). El volumen de producción de carpa común aumentó a 17.400 toneladas (alrededor del 7%) y al valor de 39,6 millones de euros (alrededor del 10%). A pesar de la alta y relativamente estable producción nacional de carpa, la proporción de esta especie en la producción total de pescado disminuye año tras año (en 2012 esta proporción fue de 54.9%, 53.6% en 2013 y 50.6% en 2014). Estas proporciones cambiantes son causadas por el aumento en la producción de otras especies de peces

en la acuicultura intensiva. La carpa se produce principalmente para el mercado interno y la demanda es estacional y se estanca. La mayoría de las carpas se venden en diciembre antes de Nochebuena en forma de peces vivos y pescado entero fresco.

Las granjas de carpas están muy extendidas en todo el país, pero las instalaciones más grandes están ubicadas en el centro y sur de Polonia, donde las condiciones climáticas son más cálidas y, por lo tanto, más rentables.

En 2016, Polonia importó alrededor de 4.400 toneladas de carpas vivas y congeladas valoradas en más de 8 millones de euros. El mayor número de carpas vivas llega a Polonia desde República Checa (65%), Hungría (25%) y Lituania (9%). Polonia exportó alrededor de 660 toneladas con un valor de 1.05 millones de euros en 2016 de carpas vivas, frescas y congeladas. La mayor parte de la carpa viva va a República Checa (40%) y Alemania (27%). Polonia exporta carpas frescas y congeladas principalmente a Alemania (46%) y Lituania (30%).

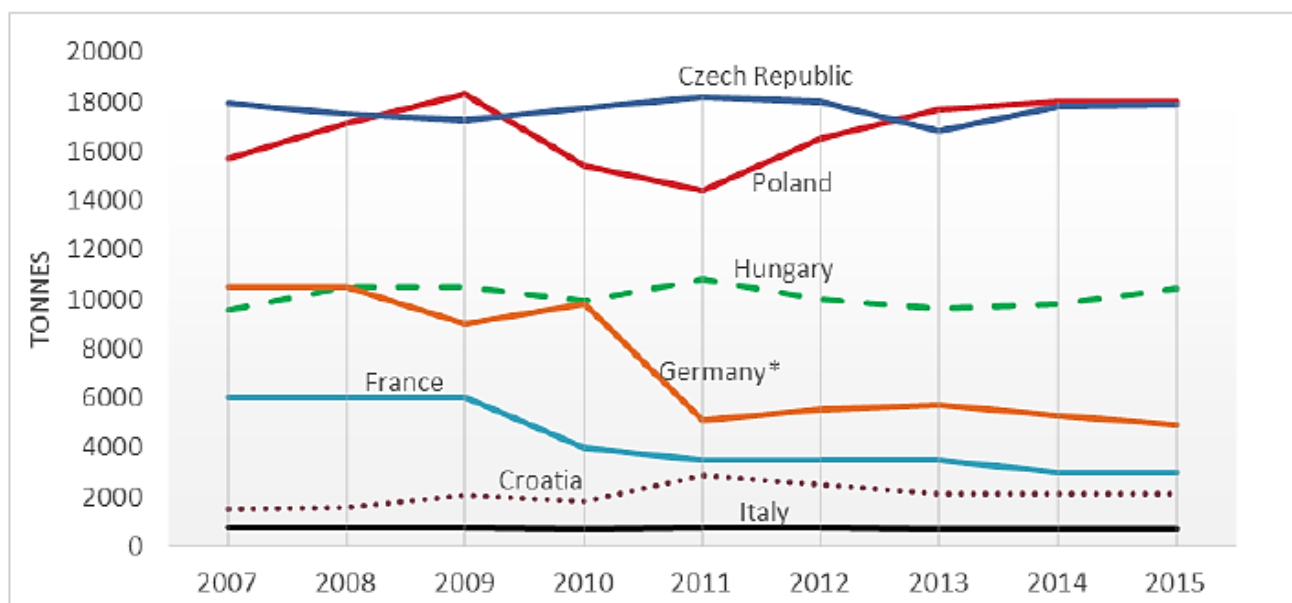
GRÁFICA 1.4.4: PRINCIPALES ESPECIES EN TÉRMINOS DE CANTIDAD Y VALOR EN LA PRODUCCIÓN ACUÍCOLA POLACA: 2016.



Fuente: EUROSTAT

República Checa y Hungría fueron sus principales proveedores, con un 54% y un 30% de las importaciones totales en valor, respectivamente. Alemania, Reino Unido y Rumania son también importantes importadores de carpa. En 2016, se importaron más de 3.100 toneladas en Alemania, 1.500 y 1.300 toneladas en Reino Unido y Rumania, respectivamente. Cabe destacar que en Reino Unido la carpa se importa congelada. Las importaciones ascendieron a unos 5 millones de euros en 2015, de los cuales el 93% correspondió a carpa viva. Si bien, existe una gama de diferentes productos de carpa procesada, la tradición es comprar carpa fresca sacrificada o incluso carpa viva que se pueda preparar en casa.

GRÁFICA 1.4.5: CANTIDADES DE CARPA COMÚN DE LOS PRINCIPALES PRODUCTORES EN LA UE 2007-2015



*La "disminución" en la producción de carpa alemana es causada por el cambio de los métodos de encuesta en 2011.

Fuente: FEAP 2016

Debido a la falta de datos de acuicultura de agua dulce reportados bajo el Flujo de fondos descontados, que es el sistema de recogida de datos de la pesca del STECF, solo es posible analizar cuatro países (que se incluyen en la Tabla 1.4.6). Los datos polacos y rumanos se excluyeron porque solo estaban parcialmente disponibles, ya que los países sin costa marítima no están obligados a recoger esa información.

En 2016, el sector de la acuicultura de la Unión Europea estaba compuesto por 585 empresas registradas, con un volumen total de ventas de 7.300 toneladas, lo que definitivamente es una subestimación del número real de granjas y ventas. La mayoría de las empresas (87%) están situadas en Bulgaria y España.

TABLA 1.4.6: INDICADORES ECONÓMICOS PARA LA ACUICULTURA DE LA CARPA DE LA UE: 2016.

Country	Number of enterprises	Total sales volume	Turnover	Employment	FTE	Average wage
	number	tonnes	million €	number	number	thousand €
Bulgaria	421	3.5	5.1	116	514	2.5
Croatia	23	3.6	6.3	148	507	9.5
Spain	86	0.1	0.4	327	49	6.8
United Kingdom	55	0.2	3.5	44	85	
Total reported	585	7.3	15.3	1829	1155	6.8
Other (non DCF)		80.8	168.5			
Total EU		81.0	172.4			

Fuente: envío de datos de DCF-EUMAP y FAO, 2018

En 2016, el segmento de la carpa contrató a 1.829 personas de las cuales 1.155 eran empleados a tiempo completo. Se observa que el volumen total de ventas son 81.000 toneladas, incluidas 80.800 toneladas de "Otros países". La facturación total fue de 172,4 millones de euros, incluyendo 168,5 millones de euros de los datos de la FAO. El salario promedio en el segmento fue de 6.800€ en 2016, que disminuyó en comparación con 2015 (7.300€), pero es más alto en comparación con 2014 (6.100€). La Tabla 1.4.7 solo incluye datos de Bulgaria, Croacia y España.

TABLA 1.4.7: INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO PARA LA ACUICULTURA DE CARPA SELECCIONADA DE LA UE: 2016.

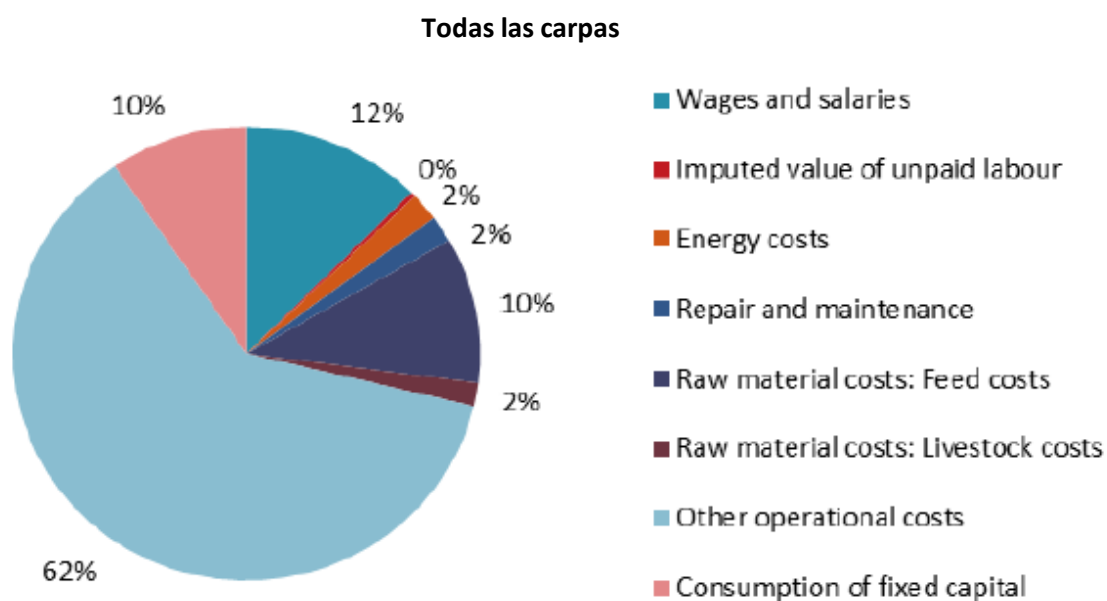
Country	GVA	EBIT	ROI	Labour productivity	Capital productivity	Future Expectations Indicator
	million €	million €	%	thousand €	%	%
Bulgaria	1.4	1.1	12.3	2.8	15.9	1.4
Croatia	11.3	5.3	465.6	22.1	991.2	187.3
Spain	-0.6	0.1	63.2	-12.5	-290.2	-3.0
Total EU	10.7	5.4	402.4	19.0	790.0	157.4

Fuente: envío de datos de DCF-EUMAP, 2018

En términos de indicadores económicos, la cantidad del Beneficio antes de intereses e impuestos (en la tabla EBIT), del valor de la empresa dividido por su EBIT (GVA), y de la productividad laboral generada por el sector de la acuicultura de carpa de la Unión Europea en 2016 fue de 5,4 millones, 10,7 millones de euros y 9.000 euros, respectivamente, como puede verse en la Tabla 2.2.4. El ROI y la productividad del capital alcanzaron el 402,4% y 790% en el mismo año.

De los datos proporcionados por la Gráfica 1.4.8 se puede afirmar que la acuicultura de la carpa es muy extensa, ya que el coste de alimentación en el segmento fue solo el 10% de la estructura de coste total. La mayor parte de los costes de acuerdo con los datos proporcionados se encuentran en otros costes operativos, que cubren el 62% de los costes totales. Los sueldos y salarios representaron el segundo mayor coste con el 12% del coste total. El consumo de capital fijo representa el 10% del total. Los costes de energía y el resto de los costes no fueron importantes en términos de costes totales, ya que no comprenden más del 2%.

GRÁFICA 1.4.8: DESGLOSE DE COSTES PARA LA ACUICULTURA DE CARPA DE LA UNIÓN EUROPEA EN 2016.



Fuente: envío de datos de DCF-EUMAP, 2018

2. MERCADO Y CONSUMO

De manera global, se espera que la demanda futura de pescado aumente debido al aumento de la población, los ingresos y los beneficios para la salud asociados con el consumo de pescado. La creciente demanda ofrece una oportunidad única para expandir la producción acuícola en la UE. (STECF 18-19)

Los datos estadísticos indican que la producción de carpa común puede haber llegado cerca de su límite. Sin embargo, la carpa común permanecerá como una especie importante en aquellas áreas donde ha sido producida tradicionalmente (Polonia, Hungría y República Checa principalmente). La mayoría de las carpas son consumidas domésticamente y en base a varias experiencias de procesamiento de carpa común realizadas en Europa, se reveló que el mercado tiene demanda por pescado vivo o preparado en fresco. El procesamiento aumentó el precio de la carpa a niveles menos competitivos, de manera que un aumento significativo en la demanda por productos procesados de carpa no puede ser pronosticado (FAO 2018).

Como mencionamos en el apartado anterior, la producción europea de carpa se concentra principalmente en Europa del Este (Polonia, República Checa y Hungría) y en Europa Central (Alemania). La acuicultura de la carpa se basa en una demanda estacional, siendo la Navidad la época del año que cuenta con los niveles más altos de ventas y durante el resto del año niveles de venta más bajos. Esta actividad da como resultado una importante demanda de empleo estacional y fuentes adicionales de ingresos en las áreas rurales. A continuación, vamos a entrar más en detalle sobre la situación de cada país de manera individual.

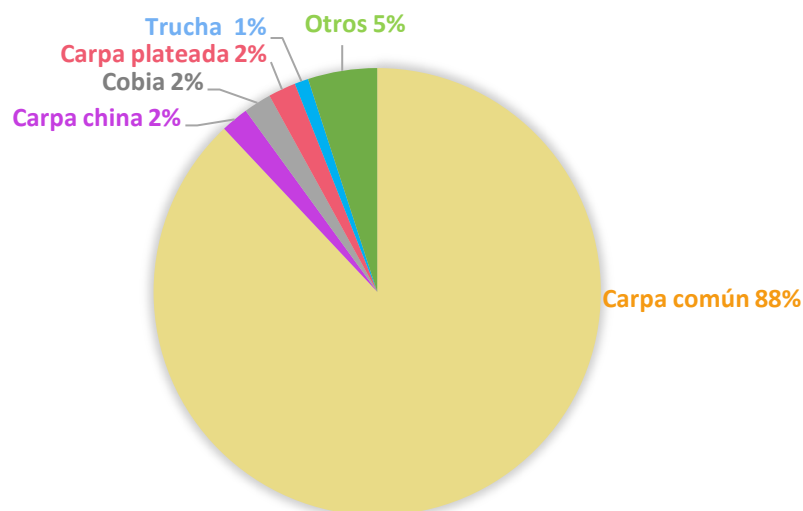
2.1 REPÚBLICA CHECA

República Checa es un país con una larga tradición de piscicultura. Al ser un país sin litoral, solo se pueden criar especies de agua dulce en el país. La producción acuícola en República Checa se caracteriza generalmente por la piscicultura extensiva y semi-intensiva en estanques. Hay 52.000 hectáreas disponibles para la piscicultura, de las cuales 41.000 se utilizan para la producción de peces. La producción anual de pescado actualmente fluctúa entre 19.000 y 20.000 toneladas, lo que representa alrededor de 40 millones de euros en valor. La carpa común domina con el 88% de la producción acuícola total en peso y el 82% en valor. Otras especies cultivadas en el país son otras carpas, como la china o la plateada, y la trucha. (Gráfica 2.1.1)

La calidad de los productos nacionales es bastante alta. Varios productos son marcas registradas (carpa checa) o llevan la indicación geográfica protegida o las etiquetas de denominación de origen protegidas.

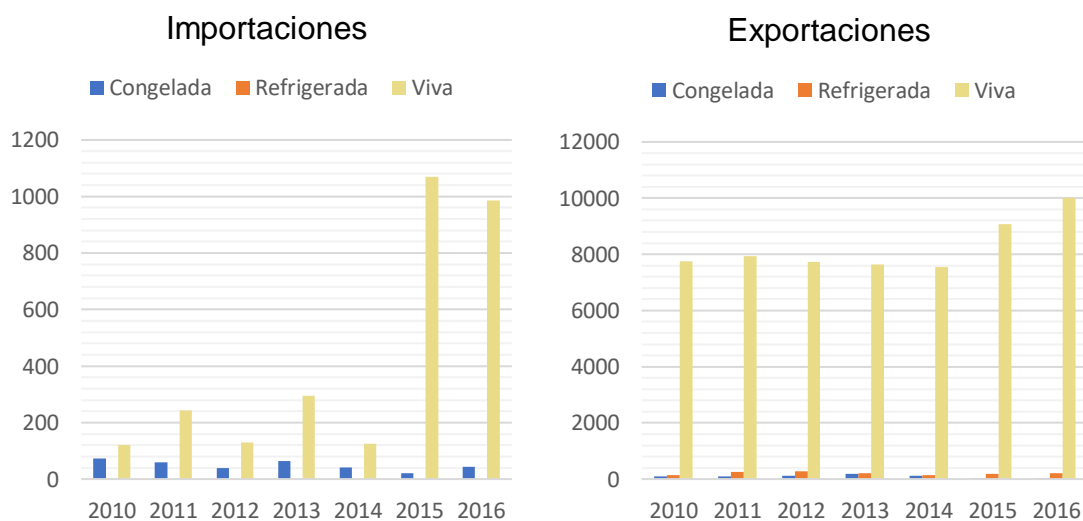
Las fortalezas del sector de la acuicultura checa son los conocimientos avanzados y eficaces de reproducción basados en el cultivo tradicional de carpa y el material de reproducción de alta calidad.

GRÁFICA 2.1.1: PRINCIPALES ESPECIES EN TÉRMINOS DE VOLUMEN EN LA PRODUCCIÓN DE REPÚBLICA CHECA: 2016.



Fuente: EUROSTAT

GRÁFICA 2.1.2: EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE DIFERENTES PRESENTACIONES DE LA CARPA EN REPÚBLICA CHECA

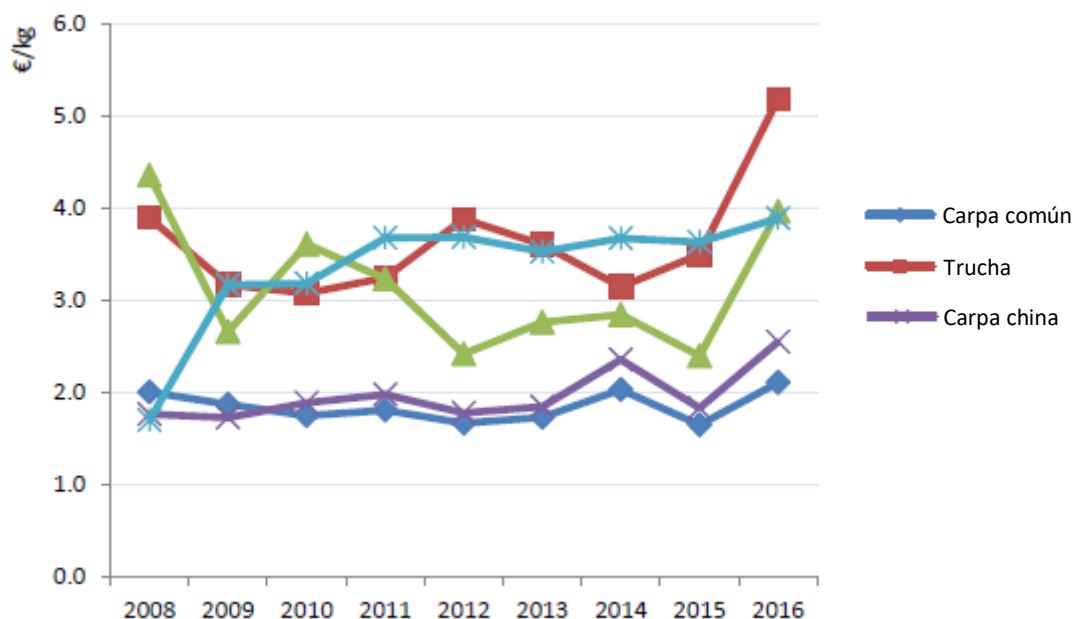


Fuente: elaboración propia a partir de datos de Fishtat

Tanto en las importaciones como en las exportaciones predomina el formato de carpa viva. Como dato curioso, los días previos a la celebración navideña, en las calles céntricas de las ciudades checas se pueden ver pescadores con grandes cubas llenas de carpas vivas, donde niños y mayores disfrutan de este ritual de compraventa. Estos vendedores ambulantes son objeto de diferentes campañas por parte de veterinarios y de asociaciones de protección animal para evitar este tipo de prácticas, que consideran de maltrato animal.

En 2016, ha habido un aumento significativo en los precios de todas las especies. Los precios más altos se observan para las especies de truchas, con un promedio en 2011-2016 de alrededor de 3,6 €/kg. Los precios de la carpa común aumentaron entre 2008-2015 de 1,8 €/kg a 2,1 €/kg en 2016. Los precios de la carpa china se mantuvieron estables durante 2008-2015 con un promedio de 1.9 €/kg y aumentado en 2016 a 2.6 €/kg. (Gráfica 2.1.3)

GRÁFICA 2.1.3: PRECIOS MEDIOS PARA LAS PRINCIPALES ESPECIES PRODUCIDAS EN LA REPÚBLICA CHECA: 2008-2016.

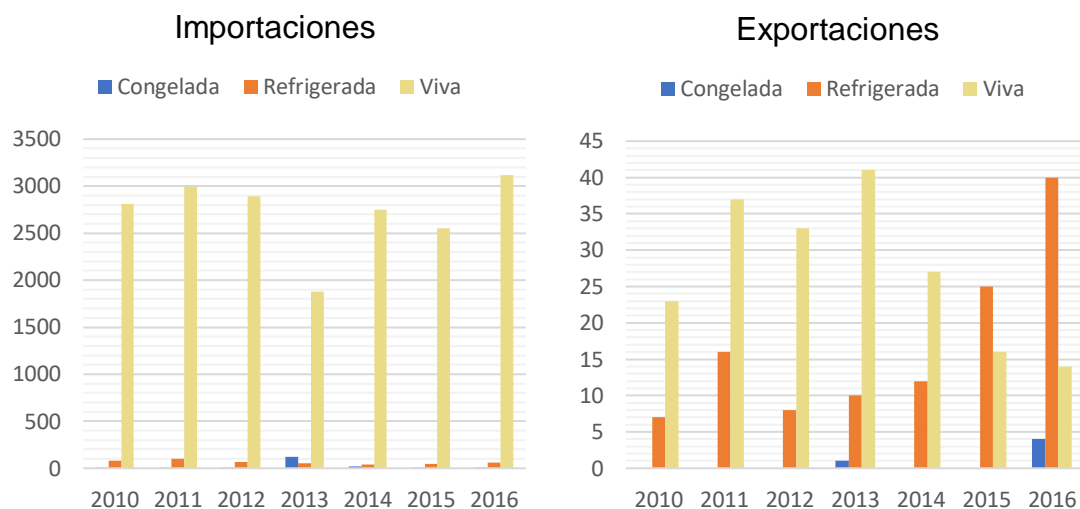


Fuente: EUROSTAT

2.2 ALEMANIA

El mejillón azul (*Mytilus edulis*), trucha de arroyo (*Salvelinus fontinalis*) y carpa (*Cyprinus carpio*) son las especies más importantes en la acuicultura alemana. En 2015, el sector acuícola alemán produjo alrededor de 32.000 toneladas y alrededor de 42.000 toneladas en 2016. La producción en acuicultura de agua dulce se mantiene más o menos estable alrededor de 20.000 toneladas, su cultivo de carpa oscila alrededor de 5.000 toneladas.

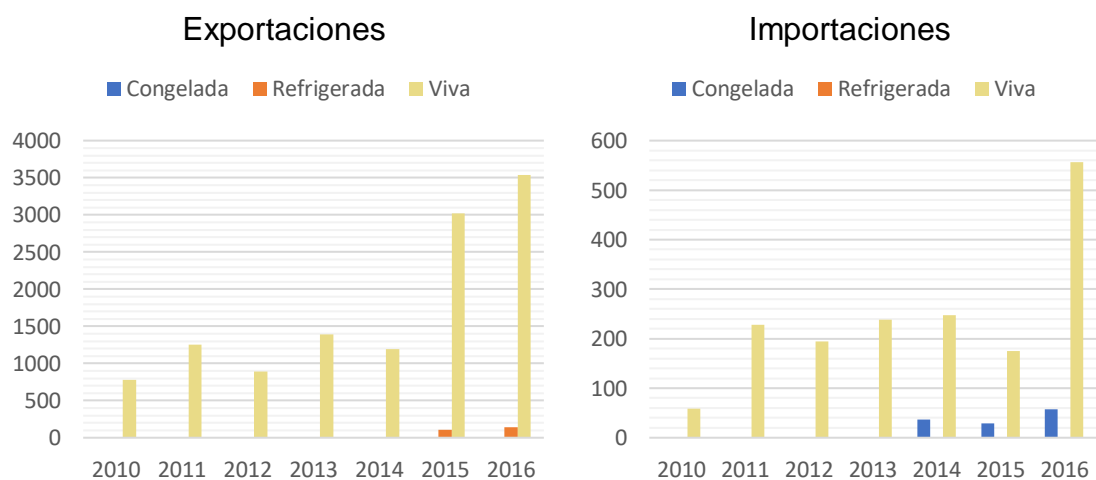
Los precios de los peces de agua dulce varían mucho según la especie, el producto, la región y el canal de distribución. Existe una amplia gama de precios diferentes. En un promedio nacional, en 2016 el precio adquirido por los productores de carpa en la comercialización directa del pescado ha sido en un promedio nacional de 4,54 €/kg y pagado por los mayoristas 2,25 €/kg. Y en 2015 ha sido en un promedio nacional de 5.00 €/kg y pagado por los mayoristas 2.38 €/kg en 2015. Por tendencia, parece que los precios aumentan ligeramente.

GRÁFICA 2.2.1: EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE DIFERENTES PRESENTACIONES DE LA CARPA EN ALEMANIA

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Fishtat

En las importaciones el formato a utilizar es la carpa viva. Pero en el caso de las exportaciones, a partir de 2013 va decreciendo el consumo de carpa viva y empieza a predominar la carpa en formato fresco o refrigerado.

2.3 HUNGRÍA

GRÁFICA 2.3.1: EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE DIFERENTES PRESENTACIONES DE LA CARPA EN HUNGRÍA

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Fishtat

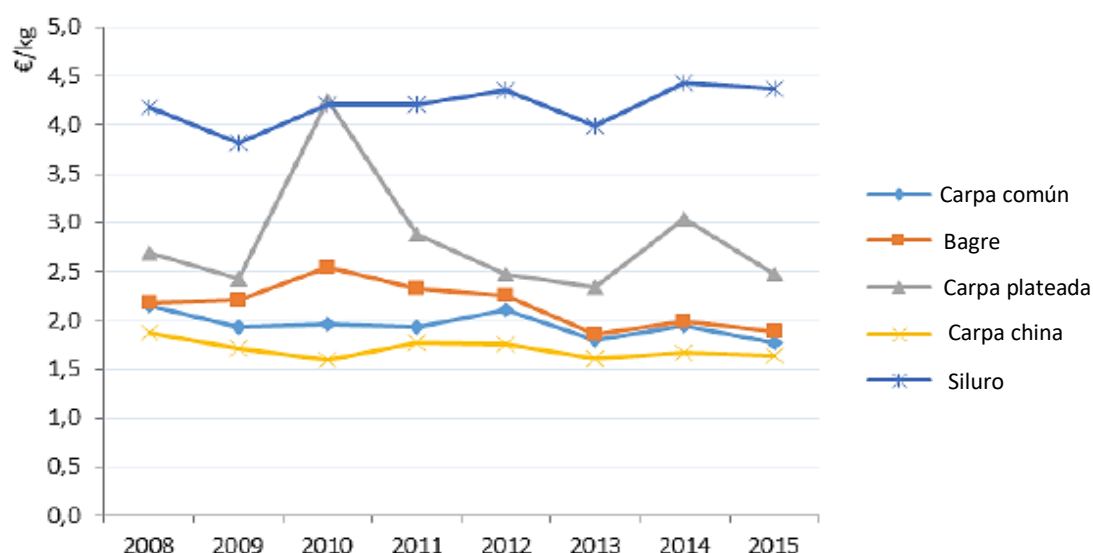
En Hungría, la carpa común suele adquirirse viva y prepararse en casa. Por tal motivo, es poco probable que atraiga a generaciones de consumidores más jóvenes, ya que estos buscan pescado ya procesado y fácil de consumir. La tradición de comprar la carpa fresca y viva solo afecta a la carpa común, no existe apenas mercado de productos congelados o procesados.

Los consumidores húngaros comen un tercio de su consumo total de pescado anual durante la Navidad, época en la que la carpa representa el 65% del pescado consumido.

En la gráfica 2.3.2 vienen representados los precios medios de las principales especies producidas en Hungría. Estos precios de la acuicultura han disminuido desde 2014 hasta 2015, para todas las especies principales.

El precio de la carpa común en Hungría fue de 1,77 €/kg en 2015. El precio de la carpa plateada fue de 0,79 €/kg y la carpa china de 1.64 €/kg. Por lo tanto, la que más oscila de precio es la carpa común.

GRÁFICA 2.3.2: PRECIOS MEDIOS DE LAS PRINCIPALES ESPECIES PRODUCIDAS EN HUNGRÍA: 2008-2015.



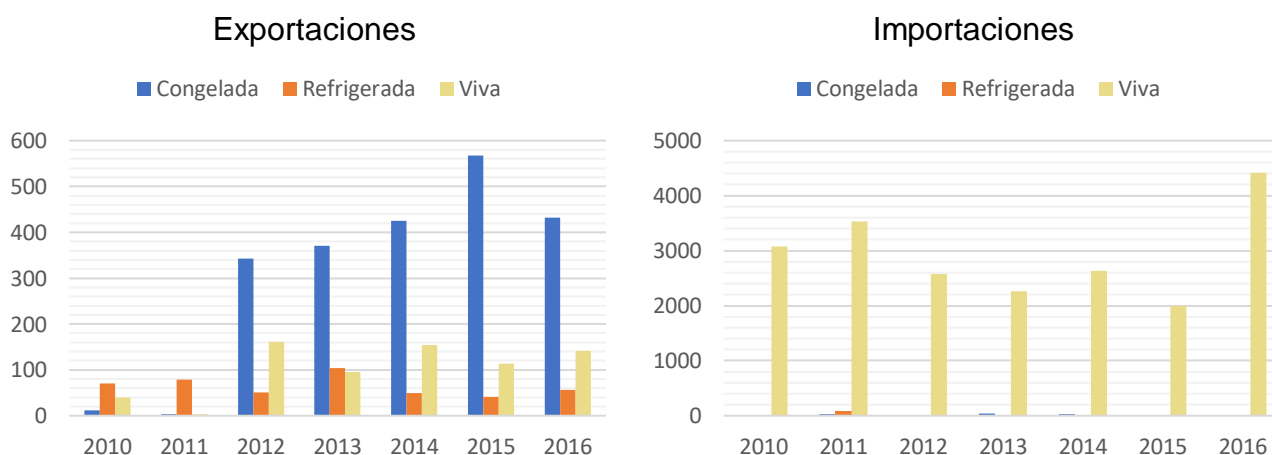
Fuente: EUROSTAT

2.4 POLONIA

La acuicultura en Polonia es parte del sector de la pesca continental y consiste exclusivamente en la cría y cultivo de peces de agua dulce, principalmente carpa y trucha. Además de las actividades de acuicultura, las pesquerías continentales comprenden las pesquerías comerciales de lagos y ríos, así como la pesca recreativa en aguas continentales. La mayor parte del pescado producido por la acuicultura polaca abastece al mercado interno, aunque las exportaciones de carpa siguen siendo bajas. En 2016, el volumen total de la producción acuícola polaca fue de 38.300 toneladas, de las cuales 35.500 toneladas se destinaron al consumo correspondientes a 109,6 y 91,5 millones de euros, respectivamente (Eurostat 2018). Se han observado incrementos en la producción de acuicultura de agua dulce debido al aumento de la producción de truchas y la captura de carpa estabilizada.

La demanda interna en Polonia tiene un fuerte pico estacional en Navidad debido a la cultura católica. Los productores de carpa tienen el propósito de ampliar el ámbito del mercado y los servicios que ofrecen. Algunas investigaciones indican que el 77,5% de las granjas de carpa son mayoristas, 68,5% son distribuidores minoristas, 18,9% organizan ventas a través de eventos especiales de pesca, 4,5% inducen el agroturismo, 3,6% participan en servicios de alimentación (incluyendo el abastecimiento a restaurantes) y 1,8% invierten en sus propias instalaciones para el procesamiento del pescado.

GRÁFICA 2.4.1: EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE DIFERENTES PRESENTACIONES DE LA CARPA EN POLONIA

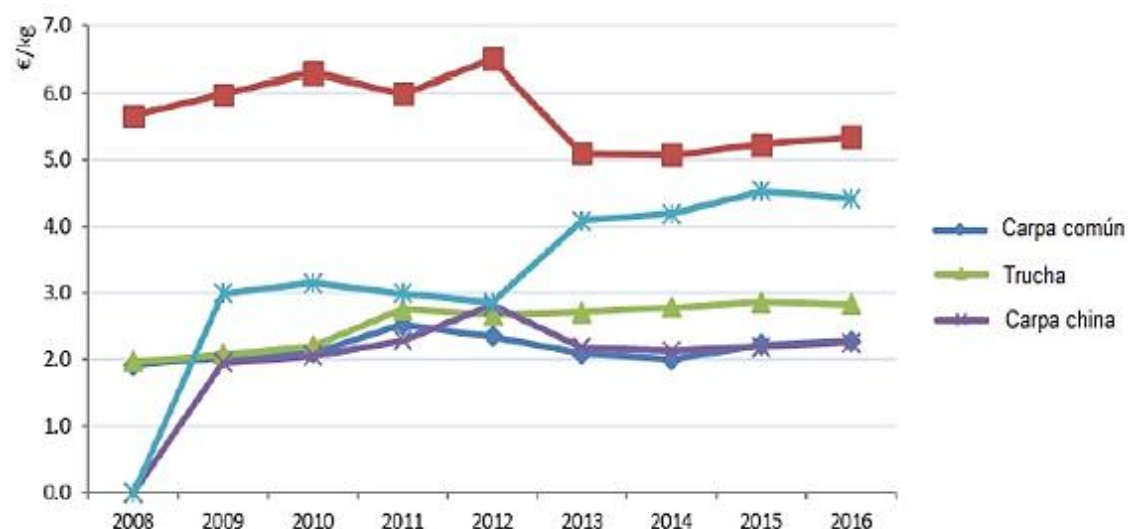


Fuente: elaboración propia a partir de datos de Fishstat

Entre importaciones y exportaciones hay diferencias visibles. Las importaciones son mayoritariamente de carpa viva. Pero en el caso de las exportaciones, a partir de 2012, la carpa en formato congelado aumentó progresivamente y de manera muy visible en comparación con la carpa viva.

Los precios de las especies de acuicultura se mantuvieron bastante estables durante los últimos cuatro años. En 2016, los precios medios de la trucha arcoíris disminuyeron un 1% a 2.8 €/kg. Los precios promedio de carpa china, esturiones y carpa común aumentaron en 2016 en aproximadamente un 2-3% en comparación con 2015.

GRÁFICA 2.4.2: PRECIOS MEDIOS DE LAS PRINCIPALES ESPECIES PRODUCIDAS EN POLONIA: 2008-2016



Fuente: EUROSTAT y FAO

2.5 EVOLUCIÓN DE PRECIOS DE LA CARPA

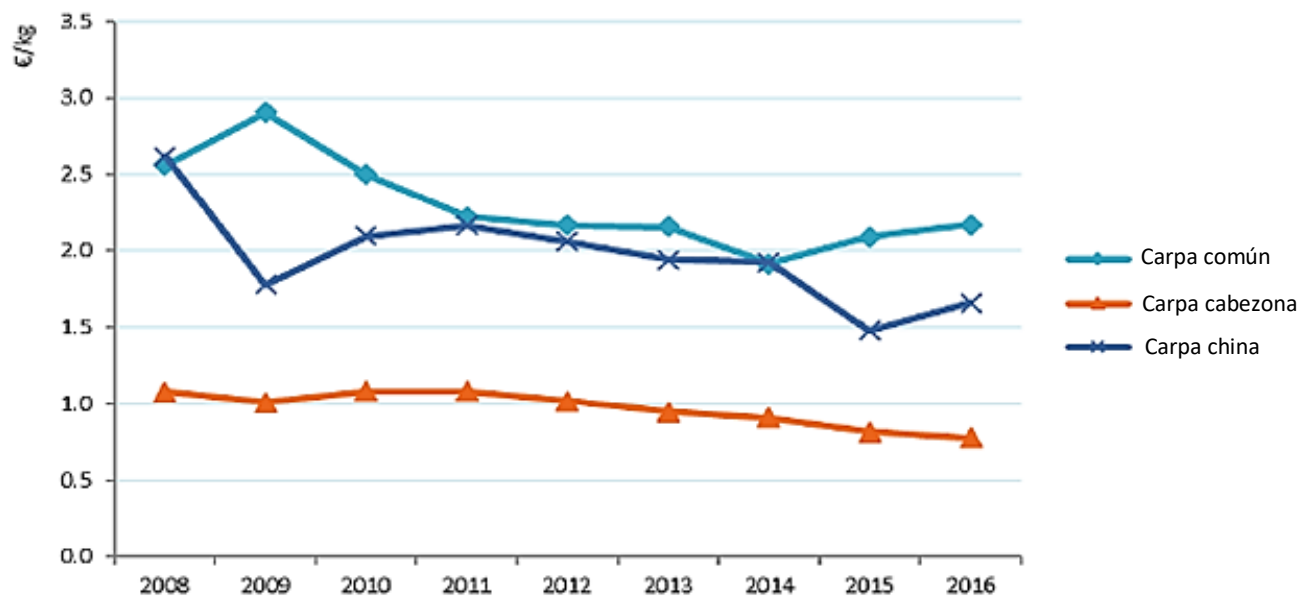
Consecuentemente, haciendo un resumen de los precios de la carpa según los cuatro países, este sería el ranking de mayor a menor:

- Polonia con 2.3 €/kg aprox.
- Alemania con 2.25 €/kg
- República Checa con 2.1 €/kg
- Hungría con 1.77 €/kg

Esto nos lleva a reforzar el hecho de las importaciones, donde Polonia y Alemania reciben el pescado a un precio menor de Hungría y República Checa, y en su mercado nacional hacen un aumento de éste.

Siguiendo con el estudio global, el precio para la carpa común cultivada muestra una tendencia decreciente, como se ilustra en la Gráfica 2.5.1. Esto está a la par con los precios mundiales de la carpa (FAO). El precio de la carpa común en la Unión Europea es casi el doble que el precio en el mercado mundial. Es probable que estas diferencias de precios reflejen la diferencia entre los ingresos de los consumidores europeos y asiáticos y la incorporación de especies de ciprínidos de menor valor (carpa cabezona, carpa plateada y carpa china) en el precio mundial de la carpa.

GRÁFICA 2.5.1: EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LAS PRINCIPALES ESPECIES DEL GRUPO DE CARPAS: 2008-2016.



Fuente: envío de datos de DCF-EUMAP 2018

3. VARIABLES DE MARKETING EN EL MERCADO DE CARPA

3.1 DISTRIBUCIÓN

Para la distribución del pescado hay varios métodos que se utilizan. Cuando el productor orienta sus ventas dentro del mercado local o nacional, el canal de distribución incluye los niveles mayorista y detallista hasta llegar al consumidor final.

Inicialmente, como primer punto de “venta” estarían las lonjas, o también llamadas mercados centrales o de consumo, donde se reúnen los comerciantes y se hace el intercambio por subasta en el que se suele realizar la distribución alimentaria de una ciudad completa. En dicha subasta se parte de un precio elevado y se va reduciendo hasta que algún comprador para la subasta. En estas subastas suelen participar mayoristas especializados y también restaurantes que compran en grandes cantidades, donde el pescado es un producto que pueden incluir en su menú durante todo el año, bajo unas condiciones de frescura y calidad estandarizada.

De lonjas se pasaría a mercados y establecimientos tradicionales, es decir, pescaderías. El comercio tradicional se beneficia especialmente de la disponibilidad de producto fresco, cuyo valor aumenta si se trata de producción local. Es importante que el producto goce de buena calidad y características físicas, ya que para el vendedor de mercados tradicionales es un punto de calidad a su favor del que goza para con sus clientes en comparación con los lineales de supermercados en cuestión de calidad y tamaño del pescado.

Dentro de la gran distribución, estarían las cadenas de supermercados y grandes superficies (hipermercados), que difieren respecto a los mercados tradicionales en que el producto no consiste únicamente en sus características y atributos físicos, sino que demandan una serie de servicios y garantías en cuanto al volumen, plazos y frecuencia en el abastecimiento y la posibilidad de obtener descuentos por volumen de pedidos. Estas cadenas tienen mayor facilidad para desarrollar economías de escala y a su vez buscan una mayor eficiencia y control de la producción por parte de sus proveedores (BJORNDAL y ASCHE, 2011).

En cuestión de cantidad, el pescado se comercializa en más de 1.200 establecimientos, desde tiendas especializadas hasta supermercados e hipermercados. La difusión de cadenas de supermercados favorece una mejor distribución y un mayor consumo de pescado fresco, algo bastante positivo ya que se debe inculcar una mayor conciencia de hábitos de alimentación saludables (FAO). Los hipermercados más grandes incluyen en su oferta una amplia variedad de pescado fresco, congelado y transformado, y destinan un espacio relativamente amplio a su venta. Por otra parte, especialmente en las ciudades más pequeñas, aún se encuentran vendedores ambulantes de pescado (EUROPARL, 2011).

En el caso de la carpa, la venta del producto se maneja directamente desde las granjas. Entre el 90 y el 95% de la producción se comercializa en ventas al por mayor, en tanto que el restante 5 a 10% se distribuye al por menor en pequeños mercados

propiedad de las granjas. Los precios minoristas son aproximadamente un 20% más altos que en el mercado al por mayor.

Y si nos centramos en los países productores, en Hungría la mayor parte de la carpa se vende viva, lo que hace que la cadena de suministro sea muy corta, con solo tres niveles: el productor, el mayorista y el minorista. Cuando la carpa se vende en el mercado local, el productor suele venderla directamente al supermercado o a los consumidores. La industria de procesamiento del pescado está muy poco desarrollada en Hungría, que no tiene ninguna empresa especializada en el procesamiento de carpa.

Los estándares de la comercialización de pescado al por menor en Polonia son bajos y la disponibilidad de pescado, especialmente en su presentación fresca, es muy limitada. Tanto los supermercados como las cadenas de comercialización han avanzado en la organización de la cadena de comercialización y ofrecen a los consumidores una amplia variedad de productos frescos y procesados. Muchas cadenas de comercialización han suscrito acuerdos con las grandes granjas productoras de carpa y trucha.

Cabe destacar que el pescado fresco es un producto muy perecedero y requiere el uso de canales de distribución lo más ágiles posibles, con una participación mínima de intermediarios, permitiendo reducir los retrasos asociados a los sucesivos cambios de propiedad. Por tanto, una manera de asegurar la calidad del pescado es que algunas empresas podrían comercializar la carpa directamente al consumidor final, eso sí, si se lo permiten las disposiciones legales sobre el tráfico de productos pesqueros. (FUNDAME, 2000).

3.2 PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

Bajo un mercado globalizado y de gran demanda de productos pesqueros, la trazabilidad y la promoción o marketing de los productos de la pesca toman un especial papel. La promoción de ventas se utiliza básicamente para estimular la demanda sobre todo a corto plazo, utilizando herramientas tales como descuentos, regalos, sorteos, premios, etc. Estas promociones son muy del agrado de los consumidores, aunque es determinante contar con buenas promociones de venta para no desprestigiar a la marca. Los pequeños productores juegan cada vez más un importante rol para poder competir en mercados muy especializados y con soluciones cada vez más imaginativas y agresivas.

Tanto productores como empresas comercializadoras tienen cada vez más presente el compromiso a tener con la sostenibilidad, producción saludable, distintivos de calidad diferenciada, etc., ya que son elementos que aportan gran valor añadido y que necesariamente deben ser comunicados de manera clara y eficaz para un consumidor cada vez más informado, que demanda información fiable y rápida. El mensaje conjunto entre productores y comercializadores es de gran importancia.

Las redes sociales se han convertido a su vez en una herramienta de gran importancia para transmitir la información y promocionar los productos pesqueros. Por ello se debe usar directamente herramientas vinculadas a las redes sociales de manera automatizada aprovechando con ello sacar el mayor partido a promoción y marketing de los productos.

Por ejemplo, en Polonia, el crecimiento del mercado de la carpa fue posible principalmente debido a las campañas promocionales de descuento en supermercados que ofrecían filetes envasados de carpa, guerra de precios de cadenas de hipermercados que ofrecían carpa viva a precios muy atractivos para los clientes, promociones en fechas más tempranas de lo habitual en Navidad y Semana Santa y una amplia gama de productos que vienen en rodajas, filetes, pescado destripado y vivo.

3.3 PRODUCTO

La presentación que ostenta la carpa la podemos encontrar de varias maneras: puede estar entera, en filetes, en rodajas, refrigerada o congelada; esta sería la manera tradicional de presentar el producto. Pero hay otro formato que es interesante de explorar que es el del procesamiento, en el que podemos encontrar la carpa de manera precocinada, ahumada, enlatada o marinada. Estos formatos procesados abren el camino a dos tipos de mercados. El primero sería el consumo por parte de las nuevas generaciones y jóvenes que viven en la ciudad donde disponen de menos tiempo para cocinar o prefieren la facilidad que supone el producto procesado. Y el segundo es el mercado de la diáspora, es decir, todas esas personas que están fuera y lejos de su país natal, y que a través de tiendas especializadas pueden encontrar productos típicos de su país de origen gracias a las exportaciones de estos productos procesados.

A continuación, vamos a indagar en la industria de los diferentes países productores en cuanto a tradición, características y presentación de la carpa.

En Hungría, dependiendo de la talla, la carpa común se destina o bien al consumo humano, o bien a los estanques de pesca. La carpa que se vende para el consumo doméstico suele pesar entre 1,5 y 2,0 kg (peso vivo) normalmente, y las carpas que pesan menos de 1,5 kg o más de 2 kg suelen reservarse para la pesca en estanques.

La compra de pescado vivo tiene una larga tradición en Hungría, y la proporción de pescado vivo en la compra de los consumidores es casi tan importante como la de pescado procesado (congelado y en conserva). Solo en la mitad de la última década comenzó a aumentar la proporción de pescado procesado, sobrepasando a la del consumo de pescado vivo. Esta tendencia está relacionada con el aumento de productos de pescado importados que son, principalmente, procesados. Cada vez más productos de alimentación tradicionales de Hungría están listos para su consumo en cadenas de tiendas, como la sopa de pescado que tradicionalmente se preparaba en casa con carpa viva. Aun así, el desarrollo del procesado de pescado sigue encontrándose a un nivel muy bajo en Hungría.

En la actualidad y en los próximos años, el trabajo y los fondos dedicados a la industria pesquera se centrarán más en la producción de productos procesados, ya que las nuevas generaciones cada vez más se interesan por productos listos para consumir. Y por otra parte se quiere destinar a la creación de más publicidad y promoción del pescado y sus productos (EUFOMA, 2017).

Tanto en República Checa como en Hungría, la carpa se compra como un alimento tradicional de Navidad, por lo tanto, los productos competidores no afectan a su venta. Los principales consumidores del mercado interno son las cadenas de supermercados y restaurantes. Desde 1990 la cantidad de pez vivo comercializado en el Mercado local varió entre 8.000 y 9.000 toneladas. Una alta proporción de alimentos naturales, producción extensiva y la práctica de conservar los peces cosechados en estanques de almacenamiento con flujo de agua, ha permitido a la carpa checa adquirir una reputación como producto de alta calidad tanto en el mercado local como en el mercado externo. La mayor parte de los peces cultivados se venden vivos (2-3 kg) en la temporada navideña, así como en Semana Santa. Existen aproximadamente 25 pequeñas unidades de procesamiento que solo trabajan a plena capacidad durante esas temporadas. Una cantidad creciente de carpa se ofrece actualmente en el mercado interno, como producto procesado; estos productos incluyen pescado congelado, en frío, ahumado y marinado.

La tendencia del consumo se orienta hacia el producto procesado. Ello implica problemas tecnológicos y menor rentabilidad a las empresas de procesamiento, así como complicaciones que surgen de la mayor competencia en las cadenas de supermercados.

La imagen de la carpa en el mercado es bastante mala y su consumo fuera de la temporada de Navidad es baja. Tampoco logra atraer a los consumidores jóvenes. El sector es vulnerable a las importaciones de los peces más baratos tanto de los países vecinos europeos como de los países del sudeste asiático, así como a las importaciones de pescado procesado de especies de salmónidos (FAO, 2019).

En Polonia existe una gama de diferentes productos de carpa procesada, la tradición es comprar carpa fresca sacrificada o incluso carpa viva que se pueda preparar en casa. Cabe subrayar que el desarrollo del sector de procesamiento de peces ha sido muy dinámico desde el inicio de la transformación económica en Polonia.

Un problema que destaca es la gran fluctuación de los precios en los puertos pesqueros. Las fluctuaciones reflejan los aumentos repentinos de suministro o la incapacidad del puerto de dar salida o de transformar el volumen de la oferta. En la primera venta en el punto de desembarque, la conexión entre los pescadores y el resto de la cadena del valor es insuficiente. Las subastas de pescado en lonjas no están suficientemente desarrolladas. Por su parte, la falta de mayoristas especializados en las grandes ciudades limita la distribución de pescado fresco.

A continuación, se expone un ejemplo de identificación y posicionamiento del producto, en este caso de la carpa, durante un evento que se realiza cada año en Polonia que se denomina «Dni Karpia».

3.4 EJEMPLO: DNI KARPJA, UNA OPORTUNIDAD PARA PROMOVER PRODUCTOS LOCALES

Los meses de septiembre y octubre corresponden a la estación de la pesca de la carpa en Polonia, por lo cual los pescadores de este país se reúnen en torno a grandes y lentamente drenados estanques a fin de capturar a este preciado pez. En el valle de Barycz, al sudoeste del país, los denominados «Días de la carpa» aportan aún más actividad a los pueblos próximos a esos estanques.

En 2006, el FLAG financiado a través del programa europeo LEADER decidió promover la pesca local, su entorno próximo y la gastronomía local de modo directo y efectivo a fin de “añadir valor”. Así, puso en marcha la iniciativa «Los días de la carpa» con objeto de promover el territorio mediante esta especie, desarrollar productos locales de alta calidad y crear nuevas oportunidades de turismo ecológico. Esta zona es un emplazamiento de la categoría Natura 2000, caracterizado por la producción extensiva de carpa durante muchos siglos.

Desde 2006 «Los días de la carpa» han ido evolucionando, de forma que en la actualidad atraen a unas cinco mil personas al año. En 2010 se organizaron 25 eventos y hubo 17 restaurantes que vendían distintos productos derivados de la carpa. Este innovador concepto permite a los productores añadir valor a su producto por medio de las ventas directas, y además ha impulsado el desarrollo de nuevos productos, como la carpa ahumada, muy bien acogida por los turistas que visitan la zona.

En una segunda fase, la experiencia de «Los días de la carpa» se amplió mediante una iniciativa para todo el año: la creación de una marca local. Así, la certificación “Recomendado por el valle de Barycz” se otorga a los productores locales que promueven la alta calidad, la diferenciación y la cooperación entre productores o prestatarios de servicios, así como el respeto al medio ambiente.

A partir de ahí, no fue difícil asociar «Los días de la carpa» a la certificación de calidad. Ello se logró mediante la organización de concursos de cocina. En los eventos más recientes, han participado unos doce restaurantes que elaboraron distintos platos a base de carpa. Los mejores restaurantes recibieron los galardones de Mistrz Karpia o “Maestro de la Carpa” y se les concedió el derecho a utilizar la certificación “Recomendado por el valle de Barycz”. Esta iniciativa ha sido crucial para fomentar distintos modos de preparar la carpa, que lo ha convertido en un pescado ofrecido en casi todos los restaurantes locales durante todo el año, en lugar de sólo como plato típico de Navidad.

Este ejemplo pone de manifiesto cómo la cooperación y la integración de los agentes locales en un proyecto común puede animar a un territorio y promover la creación de nuevas oportunidades para los productos locales, generando así valor añadido en todo el territorio.

4. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Propuestas de mejora en la comercialización de carpa en Europa Oriental

Desde los inicios de los tiempos, la carpa es un pez que data con una historia muy longeva y antigua ya que existía información sobre ella allá sobre el año 450 a.C.

Cabe destacar que en este caso la producción de carpa común de la Unión Europea se produce para los mercados nacionales ya que es un producto que tradicionalmente y aún hoy en día se consume sólo en épocas navideñas y en Semana Santa.

A raíz de estas tradiciones, encontramos el problema del consumo, que es mayoritario en época navideña. Lo que habría que buscar sería desestacionalizar la demanda de este pescado utilizando promoción de ventas junto a políticas de precios distintos en temporadas bajas. Esto podría realizarse en superficies grandes tales como hipermercados y supermercados de índole nacional, ofreciendo el producto a precios específicos de la temporada del pescado. Es importante tener clara la política de precios a utilizar dependiendo de si estamos en temporada alta o temporada baja (lo que le ocurre al ámbito turístico) y que no haya discriminación de precios.

Como un método de promoción de ventas y comercialización se podría colocar un stand cerca de un mercado como por ejemplo el Mercado de la Esperanza en Santander. El stand acogería distintas actividades promocionales para el público general y otras didácticas y lúdicas dirigidas específicamente a la población infantil con el objetivo de conseguir un mayor conocimiento del pescado en concreto por parte de la población. Se ofrecería información sobre sus características diferenciales, resaltando valores nutricionales, y fomentando una acuicultura responsable y sostenible.

También se podría promocionar la carpa en la revista oficial de un supermercado (digamos como El Corte Inglés) dentro de la sección de pescadería a un precio menor, que podría ir junto a un ejemplo de receta sobre una manera de preparar la carpa y en el que se pudiera asistir a una masterclass de cocina de algún chef con degustación incluida.

O se podrían hacer campañas de promoción del estilo «No espere a Navidad para comerse una buena carpa» combinándolo con un sorteo y rifando un cursillo de cocina entre todos los compradores en el que se enseñaran diferentes maneras de elaborar y presentar la carpa. Pienso que es un buen incentivo para dar a conocer este producto y darle más utilidad y consumo en temporadas bajas.

Además, otra recomendación sería utilizar denominación de origen, que es un método de protección basado en la indicación de la procedencia del pescado, y que sirve para otorgar al producto calidad y diferenciación. Es una buena técnica para dar a conocer un producto fuera de sus temporadas altas y en promover cooperación entre productores y prestatarios de servicios.

Por otro lado, y como dijimos anteriormente, respecto a la comercialización se podría acortar el canal de distribución, saltarse el paso de los intermediarios y hacerse fuerte directamente a través de cooperativas y fusiones, lo que permitiría concentrar mucho más producto y ganar mucho más poder de negociación. Estas entidades fuertes también pueden interesarse en el procesamiento del producto.

Como método innovador en este caso podría consistir en tener la carpa viva en las pescaderías, utilizando peceras grandes que contaran con circulación de agua y equipadas mediante unos filtros, lo que supondría contar con la venta directa de la carpa al consumidor final.

Como último apunte que destacaría sería la utilidad que tiene el proceso de transformación del producto, en este caso, de la carpa. A parte de encontrarla en formato tradicional como es el fileteado, pescado entero o congelado, se podría mejorar el procesamiento del producto y realizar más variedad de producto precocinado más que nada para los jóvenes y nuevas generaciones de ciudades que quieran encontrar productos específicos en regiones diferentes del mundo. Estos podrían ser productos tipo enlatados, o las sopas tradicionales de carpa en paquetes que se puedan calentar unos minutos y tenerlo listo básicamente para ahorrar tiempo. Un factor importante a tener en cuenta a la hora de realizar estos procesados es el hecho de que se puedan hacer exportaciones a diferentes países del mundo y que personas que vivan lejos de su país natal puedan disfrutar de esos productos y platos tradicionales y nostálgicos que le recuerden a su país de origen.

5. BIBLIOGRAFÍA

ASCHE, F.; BJORNDAL, T. 2011: *The Economics of Salmon Aquaculture*, 2ª ed., Chichester, UK, Blackwell publishing.

DIRECTO A PALADAR [Sitio web]. *Cultura gastronómica*. [Consulta junio 2019]. Disponible en: <https://www.directoalpaladar.com/cultura-gastronomica/que-es-una-denominacion-de-origen>

EUMED. 2009 [Sitio web]. *Técnicas de promoción de ventas*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/506/Tecnicas%20de%20Promocion%20de%20Ventas.htm>

EUMOFA [Sitio web]. *Estructura de precios en la cadena de suministro para la carpa fresca en Europa Central*. [Consulta junio 2019]. Disponible en: <https://www.eumofa.eu/documents/20178/76127/Estructura+de+precios+en+la+cadena+de+suministro+para+la+carpa+fresca+en+Europa+central.pdf/699550e0-9aab-4238-affa-3dedea2fe054>

EUROPEAN COMISSION [Sitio web]. *Peces y mariscos*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: https://ec.europa.eu/fisheries/marine_species/farmed_fish_and_shellfish/carp_es

FAO. 2009 [Sitio web]. *Cyprinus Carpio*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: http://www.fao.org/tempref/FI/CDrom/aquaculture/I1129m/file/es/!16924!es_common carp.htm

FAO. 2009 [Sitio web]. *Desarrollo de la acuicultura en China*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: <http://www.fao.org/3/Y4762S/y4762s05.htm#TopOfPage>

FAO 2004-2019 [Sitio web]. *Programa de información de especies acuáticas. Cyprinus carpio*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: http://www.fao.org/fishery/culturedspecies/Cyprinus_carpio/es

FAO 2005-2019. [Sitio web]. *Polonia*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: http://www.fao.org/fishery/countrysector/naso_poland/es

FAO 2005-2019. [Sitio web]. *República Checa*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: http://www.fao.org/fishery/countrysector/naso_czechrepublic/es#tcN700DA

FARNET, 2011. [Sitio web]. *Añadir valor a los productos de la pesca y la acuicultura locales*. [Consulta junio 2019]. Disponible en: https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/sites/default/files/documents/FARNET_Adding-value_Guide-3_ES.pdf

FERNÁNDEZ POLANCO, JOSÉ MANUEL. 2012, *El mercado de acuicultura en el siglo XXI. Presente, pasado y tendencias de futuro*. ISBN: 978-84-9768-973-1

FUNDACIÓN ALFONSO MARTÍN ESCUDERO. 2000, *La acuicultura. Biología, Regulación, Fomento, Nuevas Tendencias y Estrategia comercial*. ISBN: 84-7114-864-1

GUIA DE PECES. [Sitio web]. *Carpa común*. [Consulta junio 2019]. Disponible en: <https://guiadepeces.org/agua-dulce/carpa-comun/>

GLOBEFISH. [Sitio web]. *Análisis e información comercial en pesquerías*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: <http://www.fao.org/in-action/globefish/es/>

HUELVAYA. 2018 [Sitio web]. *Campaña de promoción de productos pesqueros y acuícolas en Punta Umbría*. [Consulta junio 2019]. Disponible en: <https://huelvaya.es/2018/08/08/campana-de-promocion-de-productos-pesqueros-y-acuicolas-en-punta-umbria/>

ICEX. 2017 [Sitio web]. *El mercado del pescado y del marisco en China* [Consulta mayo 2019]. Disponible en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2017768969.html%3FidPais%3DCN+%&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=es>

IPACUICULTURA. 2016 [Sitio web]. *La carpa fresca en Europa Central, situación y cadena de suministro* [Consulta junio 2019]. Disponible en: http://www.ipacuicultura.com/noticias/en_portada/51219/la-carpa-fresca-en-europa-central-situacion-y-cadena-de-suministro.html

JUNTA NACIONAL ASESORA DE CULTIVOS MARINOS [Sitio web]. *La situación actual de la acuicultura*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: https://www.mapa.gob.es/app/JACUMAR/recursos_informacion/Documentos/Publicaciones/19_Acuicultura_Espa%C3%B1a%20v.3.pdf

LECHE PULEVA [Sitio web]. *Aprende a cuidarte*. [Consulta junio 2019]. Disponible en: <https://www.lechepuleva.es/aprende-a-cuidarte/tu-alimentacion-de-la-a-z/c./carpa>

LIFE MEDWETRIVERS 2013. [Sitio web]. *Carpa Común* [Consulta mayo 2019]. Disponible en: http://www.lifemedwetrivers.eu/sites/default/files/documentos/58_cyprinus_carpio.pdf

LLORENTE GARCÍA, IGNACIO. 2013. [Sitio web]. *Análisis de competitividad de las empresas de acuicultura*. [Consulta junio 2019]. Disponible en: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/130967/Tesis%20ILG%20y%20Adenda.pdf?sequence=1>

MAGRAMA [Sitio web]. *Estadísticas pesqueras: encuesta económica de acuicultura*. [Consulta junio 2019]. Disponible en: <https://www.mapa.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-pesqueras/acuicultura/encuesta-economica-acuicultura/default.aspx>

MAGRAMAENCHINA [Sitio web]. *El mercado de los productos de la pesca en China*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: <http://www.magramaenchina.com/administrator/assets/uploads/original/1424087349.pdf>

MAPA - Ministerio de agricultura, pesca y alimentación. [Sitio web]. *Acuerdos comerciales de la Unión Europea*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: https://www.mapa.gob.es/es/pesca/temas/mercados-economia-pesquera/acuerdoscomercialesdelaunion europea_tcm30-444935.pdf

MAPA. 2017 [Sitio web]. *Encuesta económica acuicultura*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: https://www.mapa.gob.es/images/es/2017_encuestaeconomicaacuicultura-principalesresultados_tcm30-500094.pdf

MAPA [Sitio web]. *Información sobre la carpa*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/carpa_tcm30-102426.pdf

PARLAMENTO EUROPEO [Sitio web]. *Políticas estructurales y de cohesión. La pesca en Polonia* [Consulta junio 2019]. Disponible en: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/note/join/2011/460037/IPOL-PECH_NT\(2011\)460037_ES.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/note/join/2011/460037/IPOL-PECH_NT(2011)460037_ES.pdf)

QUADRALIA. 2016 [Sitio web]. *Retos en la comercialización y promoción de productos del mar*. [Consulta junio 2019]. Disponible en: <http://www.quadralia.com/retos-en-la-comercializacion-y-promocion-de-productos-del-mar/>

SCIENTIFIC, TECHNICAL AND ECONOMIC COMMITTEE FOR FISHERIES (STECF) 2018 EUROPEAN COMMISSION. [Sitio web]. *Economic Report of the EU Aquaculture sector*. [Consulta mayo 2019]. Disponible en: https://ec.europa.eu/fisheries/partners/stecf_en

SOCIALETIC. [Sitio web]. *Las políticas de promoción, claves del marketing*. [Consulta junio 2019]. Disponible en: <https://www.socialetic.com/las-politicas-de-promocion-claves-del-marketing.html>

WEBGATE [Sitio web]. *Añadir valor a los productos de la pesca y la acuicultura locales*. [Consulta junio 2019]. Disponible en: https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/FARNET_Adding-value_Guide-3_ES.pdf